

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pandemi Covid-19 yang melanda dunia memberikan dampak yang cukup signifikan pada berbagai sektor. Wabah penyakit yang begitu cepat menular mengharuskan seluruh masyarakat di dunia untuk mengurangi aktivitas luar rumah dan bersosialisasi dengan orang banyak atau menimbulkan kerumunan. Hal ini mengakibatkan berbagai aktivitas di banyak sektor harus lumpuh. Salah satunya sektor perekonomian. Sektor yang mencakup banyak aktivitas serta merupakan sektor yang melibatkan banyak orang didalamnya. Covid-19 juga mengubah pola hidup dan aktivitas masyarakat cepatnya proses penularan virus ini membuat masyarakat mengurangi bepergian ke luar rumah. Sehingga penggunaan kendaraan pun menurun. Banyak aktivitas yang dilakukan secara virtual, seperti bekerja, sekolah, berjualan dan lain sebagainya. Perubahan ini memberikan dampak pada tingkat konsumsi masyarakat terhadap produk-produk otomotif dan komponennya, selain itu, selama pandemic masyarakat lebih mengutamakan pemenuhan kebutuhan primer dibanding kebutuhan lainnya. Kebijakan pencegahan penyebaran virus Covid-19 yaitu Pembatasan Sosial Berskala Besar memberikan dampak secara langsung pada penjualan dan penyebaran produk industri otomotif. Industri alat angkutan telah mengalami kontraksi sejak triwulan I 2019, kemudian pada tahun 2019 secara keseluruhan

kontraksi terjadi sebesar 3,43%. Sesudah mengalami pertumbuhan yang positif sebesar 4,64% (yoy) di triwulan I 2020, pada triwulan kedua tahun 2020 industri alat angkutan mengalami kontraksi kembali sebesar 34,29% (yoy), kontraksi tersebut merupakan kontraksi terbesar pada seluruh kelompok industri sektor non migas. Kontraksi pada industri alat angkutan terus berlangsung sampai pada triwulan IV 2020, namun lajunya melambat menjadi sebesar 18,98% (yoy) dari kontraksi 29,98% (yoy) pada triwulan sebelumnya yaitu triwulan III 2019.

Akibat pandemic Covid-19 produksi industri alat angkutan mengalami penurunan sebesar 19,86% di tahun 2020, yang kemudian memberikan imbas pada kontribusi industri menjadi hanya sekitar 7,6%. Selain penjualan dalam negeri, sebagai penghasil devisa, pada tahun 2020 industri alat angkutan mengalami penurunan ekspor sebesar 19,82% dari sebesar USD 9,42 miliar di tahun 2019 menjadi USD 7,55 miliar di tahun 2020 dimana pada tahun 2019 nilai ekspor industri otomotif naik sebesar 9,58%. Secara mendetail pada tahun 2020 penurunan dengan nilai paling tinggi adalah pada industri kendaraan bermotor, trailer dan semi trailer yakni sebesar 23,77%, dalam hal ini kendaraan bermotor roda empat dan lebih adalah komoditas yang mengalami penurunan paling drastic sebesar 29,40%. Sedangkan pada tahun 2019 sebelum Covid-19 mewabah kendaraan bermotor roda empat dan lebih mengalami kenaikan sebesar 15,81%. Selain kendaraan bermotor, industri alat angkutan lainnya juga mengalami penurunan nilai ekspor sebesar 11,82% dari yang sebelumnya sebesar USD 3,12 miliar di tahun 2019 menjadi sebesar USD 2,75 miliar, kemudian pada tahun 2019 naik sebesar 28,09%. Komoditas yang mengalami penurunan ekspor terbesar di tahun 2020 tersebut adalah suku cadang kendaraan bermotor roda dua atau tiga

dengan penurunan sebesar 15,79%. Di tahun 2019 komoditas ini mengalami kenaikan sebesar 16,35%. Kemudian pada komoditas kendaraan roda empat atau mobil, secara total unit di tahun 2020 didominasi oleh jenis MPV mencapai 37,6%, SUV 34,9% dan mobil sedan hanya 4,5%. Pada bulan Mei 2020 produksi mobil kian melambat 88,3% jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya, dari yang mampu melakukan produksi sejumlah 21.432 unit menjadi hanya 2.510 unit penurunan yang sangat drastic akibat pandemic covid-19. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada tahun 2020 penjualan mobil dan motor turun bahkan hampir setengahnya jika dibandingkan dengan penjualan pada tahun sebelumnya. Penjualan mobil turun hingga 48,3% dan penjualan motor turun hingga 43,6% (Kementerian Perindustrian, 2021).

Namun hal ini tidak berlangsung lama, dengan kegigihan usaha yang dilakukan oleh pelaku industri otomotif, peningkatan penjualan terjadi di tahun 2021. Pemerintah menaruh perhatian khusus pada industri otomotif dengan tidak menghentikan aktivitas produksi dan tetap memberikan izin dengan penerapan protocol kesehatan yang ketat. Industri otomotif merupakan salah satu industri yang menyumbangkan kontribusi yang cukup besar terhadap perekonomian nasional. Nampak dari data PDB, industri alat angkutan memberikan sumbangan sekitar 1,35% kepada PDB nasional pada tahun 2020 (Kementerian Perindustrian, 2021) Pertumbuhan industri otomotif pada triwulan III 2021 mengalami peningkatan sejumlah 27,84%. Menteri Perindustrian juga menjelaskan, angka penjualan industri otomotif kian melesat. Periode Januari-September 2021, penjualan ritel naik mencapai 600.344 unit atau meningkat sebesar 407.390 unit. Selain itu nilai *purchasing Managers Index* manufaktur Indonesia pada Oktober

2021 mencapai 57,2% angka ini merupakan angka tertinggi sejak pandemic berlangsung . Perkembangan kinerja pada industri otomotif sangat diperlukan bagi perekonomian Indonesia, sebab mencakup banyak kepentingan serta berbagai aspek dan sektor lainnya.

Naik turunnya penjualan yang terjadi tentu membuat intern perusahaan harus bisa menyiasati pengelolaan laba atau keuntungan dari penjualan yang dilakukan. Produksi yang dilakukan serta penjualan dan penyebaran hanya memiliki satu tujuan yaitu memperoleh laba atau keuntungan. Perusahaan akan berusaha untuk memaksimalkan firm value serta menampilkan kinerja terbaik mereka kepada para investor. Kondisi tersebut tentu saja akan memicu perusahaan untuk menjaga kestabilan laba perusahaan, sehingga akan memberikan dorongan serta mendesak manajer perusahaan untuk menyajikan laba sesuai dengan ekspektasi para investor. Tidak jarang manajemen dari perusahaan tersebut melakukan prosedur akuntansi untuk mengintervensi laba dari perusahaan sesuai dengan keinginan mereka. Prosedur akuntansi tersebut biasa kita kenal dengan istilah *earnings management*. *Earnings management* dapat terjadi akibat campur tangan manajer perusahaan dalam proses penyusunan pelaporan keuangan eksternal dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan-keuntungan pribadi. Praktik *earnings management* dapat memberikan pengaruh terhadap relevansi penyajian laporan keuangan, sehingga laporan keuangan tersebut disajikan tidak sesuai dengan kondisi keuangan yang sebenarnya dialami oleh perusahaan (Hasan, 2020). Penggunaan penilaian dan estimasi dalam akuntansi akrual mengizinkan manajer untuk menggunakan informasi dalam dan pengalaman mereka untuk menambah kegunaan angka akuntansi. Dimana manajer yang

bertindak sebagai pengelola perusahaan, tentunya lebih banyak mengetahui informasi internal dan prospek perusahaan di masa yang akan datang dibandingkan pemiliknya dan nantinya manajer akan memberikan laporan mengenai kondisi perusahaan kepada pemilik perusahaan sebagai bentuk pertanggungjawaban kepada pemegang saham. Namun, beberapa manajer menggunakan kebebasan ini untuk mengubah angka akuntansi terutama laba, untuk keuntungan pribadi, sehingga mengurangi kualitas dan relevansi informasi dan pemilik selaku pemegang saham akan salah menafsirkan kondisi perusahaan tersebut akibat adanya asimetri informasi (Tala, 2017).

Beberapa fenomena mengenai manajemen laba yang terjadi pada beberapa perusahaan besar. Contoh fenomena adanya praktik manajemen laba pernah terjadi baru-baru ini TOKYO, KOMPAS.com - Laba raksasa otomotif Jepang Toyota anjlok untuk pertama kalinya dalam lima tahun. Padahal, Toyota menjual lebih banyak mobil pada kuartal I 2017 dibandingkan periode yang sama pada tahun 2016 lalu. Mengutip BBC, Kamis (11/5/2017), Toyota mengakui bahwa anjloknya laba disebabkan oleh tingginya biaya dan fluktuasi nilai tukar. Laba Toyota pada kuartal I 2017 tercatat sebesar 1,83 triliun yen atau 16,1 miliar dollar AS. Angka tersebut turun 21 persen dibandingkan laba pada kuartal I 2016. Pihak manajemen Toyota pun telah memperingatkan bahwa laba pada tahun 2018 mendatang akan lebih rendah. Ini disebabkan oleh menguatnya nilai tukar yen Jepang. Prediksi Toyota tersebut didasarkan pada proyeksi bahwa nilai tukar yen akan berada di sekitar level 105 per dollar AS hingga Maret 2018 mendatang. Level tersebut melemah dibandingkan 108 pada tahun finansial lalu. Toyota telah kehilangan statusnya sebagai produsen mobil dengan penjualan tertinggi. Status

tersebut kini disandang oleh pabrikan mobil asal Jerman, Volkswagen. Toyota menjual 10,25 juta unit mobil pada kuartal I 2017, lebih tinggi dibandingkan 10,19 juta unit pada periode yang sama tahun sebelumnya. Akan tetapi, pendapatan dari penjualan mobil pada kuartal I 2017 malah turun menjadi 27,6 triliun yen. Toyota tengah berada dalam perjuangan untuk mempertahankan bisnisnya di Amerika Serikat, pasar terbesarnya. Penjualan anjlok di Amerika Utara karena Toyota susah payah memenuhi permintaan akan mobil yang lebih besar, seperti sport utility vehicle (SUV) yang menjadi lebih murah untuk dikemudikan karena harga bahan bakar minyak (BBM) yang lebih murah.

Fenomena pada perusahaan yang terdaftar di BEI yaitu PT. Astra International Tbk yang membukukan laba bersih dari divisi otomotif sampai kuartal III-2017 mengalami penurunan sebesar 14% menjadi Rp5,89 triliun 5 dibandingkan dengan periode yang sama tahun sebelumnya yang mencapai Rp6,89 triliun. Menurut Presiden Direktur Astra Priyono Sugiarto, Penjualan mobil secara nasional tumbuh 3% menjadi 933.000 unit. Namun, penjualan mobil Astra turun sebesar 1% menjadi 476.000 unit. Kondisi ini menyebabkan penurunan pangsa pasar dari 53% menjadi 51% dikarenakan ketatnya persaingan bisnis sehingga mendorong banyak kompetitor melakukan perang diskon untuk merebut pangsa pasar yang ada. Dalam hal ini, berarti manager perusahaan perlu berhati-hati dalam melakukan ekspansi pasar, kalau tidak ingin mengalami kerugian (www.infobanknews.com)

Sebagaimana institusi modern, pasar modal tidak terlepas dari kebutuhan informasi. Informasi yang dibutuhkan berupa informasi akuntansi dalam bentuk laporan keuangan. Laporan keuangan adalah media komunikasi yang umum

digunakan untuk menghubungkan pihak-pihak yang berkepentingan terhadap perusahaan baik pihak eksternal (pemegang saham, kreditor, pemerintah dan sebagainya) maupun pihak internal (manajemen). Laporan keuangan bertujuan untuk memberikan informasi kepada pemakai laporan keuangan agar dapat membantu menterjemahkan aktivitas ekonomi dari suatu perusahaan. Oleh karena itu laporan keuangan menjadi perhatian utama bagi penggunanya untuk mengambil keputusan, sehingga laporan keuangan harus disajikan dengan benar sesuai dengan standar pelaporan yang berlaku. Apabila suatu kondisi dimana pihak manajemen ternyata tidak berhasil mencapai target laba yang ditentukan, maka manajemen akan memanfaatkan fleksibilitas yang diperbolehkan oleh standar akuntansi dalam menyusun laporan keuangan untuk memodifikasi laba yang dilaporkan. Manajemen termotivasi untuk memperlihatkan kinerja yang baik dalam menghasilkan nilai atau keuntungan maksimal bagi perusahaan sehingga manajemen cenderung memilih dan menerapkan metoda akuntansi yang dapat memberikan informasi laba lebih baik, disinilah manajemen sering melakukan manajemen laba. Manajemen laba adalah suatu cara yang ditempuh manajemen dalam mengelola perusahaan melalui pemilihan kebijakan akuntansi tertentu dengan tujuan meningkatkan laba bersih dan nilai perusahaan sesuai dengan harapan manajemen. Manajemen laba diduga muncul dan dilakukan oleh manajer atau para penyusun laporan keuangan dalam proses pelaporan keuangan suatu perusahaan karena mereka mengharapkan suatu manfaat dari tindakan tersebut. Beberapa penelitian terdahulu menggunakan total akrual sebagai proksi dari manajemen laba (Sari, 2016).

Laba yang dikelola dalam praktik manajemen laba diperoleh dari aktivitas operasional perusahaan yaitu penjualan. Penjualan merupakan suatu usaha yang dilakukan untuk memindahkan suatu produk, baik barang atau jasa dari pihak produsen ke pihak konsumen yang merupakan sasaran dari usaha tersebut. (DHarmmesta, 2014) mengemukakan bahwa penjualan merupakan suatu proses pertukaran barang atau jasa antara penjual dan pembeli. Aktivitas penjualan ini tidak dapat dipisahkan dari sebuah perusahaan, intensitas aktivitas penjualan juga tergantung dari kondisi serta karakteristik perusahaan. Usia dan ukuran perusahaan merupakan karakteristik umum perusahaan. Usia perusahaan merupakan rentang waktu lamanya sebuah perusahaan berdiri, baru atau sudah lama berdiri. Usia perusahaan dapat memberikan gambaran bahwa perusahaan dapat tetap eksis dan mampu bersaing di pasaran. Usia perusahaan adalah awal perusahaan melakukan kegiatan operasional sehingga dapat mempertahankan going concern perusahaan tersebut (Ahmadi, 2012). Semakin lama perusahaan berdiri maka semakin banyak aktivitas operasional yang dilakukan dan semakin besar ukuran perusahaan. Ukuran perusahaan adalah skala yang dapat diklasifikasikan besar dan kecilnya perusahaan yang diukur dengan total aktiva, jumlah penjualan, nilai saham, dan sebagainya. Indikator-indikator tolak ukur besar kecilnya perusahaan memiliki keterkaitan yang mempengaruhi satu sama lain (Sari, 2016). Usia dan ukuran perusahaan dapat diukur dengan beberapa indikator, dimana indikator tersebut dapat diukur menggunakan rasio yang akan menunjukkan persentase kinerja perusahaan untuk dapat bertahan dan bersaing dipasaran. Salah satu rasio yang dapat menunjukkan eksistensi perusahaan adalah rasio profitabilitas. Sesuai dengan indikator diatas yaitu jumlah penjumlahan

persentase profitabilitas juga dapat diukur dengan sisi penjualan atau pengembalian penjualan. Rasio yang digunakan adalah *Return on Sales*. Rasio ini dapat memberikan gambaran persentase profitabilitas berdasarkan pengembalian penjualan.

Terdapat beberapa penelitian yang membahas mengenai faktor-faktor yang diduga dapat mempengaruhi manajemen laba perusahaan otomotif ataupun perusahaan yang terdaftar di BEI dalam sektor lainnya. Penelitian yang dilakukan oleh (Muiz, 2018) dengan judul Pengaruh Perencanaan Pajak, Kepemilikan Manajerial dan Ukuran Perusahaan terhadap Praktik Manajemen Laba menunjukkan hasil bahwa secara parsial perencanaan pajak memberikan pengaruh positif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba, kemudian kepemilikan manajerial serta ukuran perusahaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap manajemen laba. Sedangkan secara simultan ketiga variabel tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap praktik manajemen laba. Kemudian penelitian yang berjudul Faktor-Faaktor yang Mempengaruhi Manajemen Laba pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia (periode 2010-2015) yang dilakukan oleh (Andawiyah, 2016) menggunakan variabel Return on Asset, Dewan Komisaris, Leverage, Kepemilikan Institusional, Persentase saham public, dan Komite audit menunjukkan bahwa ROA, Dewan Komisaris dan *Leverage* memberikan pengaruh signifikan terhadap manajemen laba sedangkan kepemilikan institusional, persentase saham public dan komite audit tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba.

Penelitian sejenis juga dilakukan oleh (Rahmawati, 2017) dengan judul Pengaruh *Deffered Tax Expense*, Ukuran Perusahaan dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Manajemen Laba dengan *Discretionary Revenue* pada Sektor Aneka Industri di BEI periode 2014-2016 dengan hasil *deferred Tax Expense* berpengaruh positif terhadap manajemen laba (*discretionary revenue*), sedangkan ukuran perusahaan dan pertumbuhan penjualan tidak berpengaruh terhadap manajemen laba (*discretionary revenue*). Sementara berdasarkan hasil penelitian secara simultan membuktikan *deffered tax expense*, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba dengan pendekatan *discretionary revenue*. Berbeda dengan Novi penelitian yang dilakukan oleh (Mawardi, 2019) memberikan hasil bahwa variabel pertumbuhan penjualan berpengaruh positif terhadap manajemen laba. Penelitian yang berjudul Pengaruh Kepemilikan Manajerial, Kepemilikan Institusional, Ukuran Perusahaan, *Leverage*, Profitabilitas, Pertumbuhan Penjualan Terhadap Manajemen Laba Dengan *Good Corporate Governance* Sebagai Variabel Moderating memberikan hasil keseluruhan variabel ukuran perusahaan, profitabilitas, pertumbuhan penjualan dan komite audit berpengaruh positif signifikan terhadap manajemen laba. Sedangkan variabel kepemilikan manajerial, kepemilikan institusional dan *leverage* tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba di perusahaan manufaktur yang terdaftar pada BEI 2016- 2017. *Good corporate governance* dengan proksi komite audit tidak berpengaruh terhadap interaksi kepemilikan manajerial dengan manajemen laba, interaksi kepemilikan institusional dengan manajemen laba, interaksi *leverage* dengan manajemen laba, interaksi profitabilitas dengan manajemen laba, interaksi

pertumbuhan penjualan dengan manajemen laba di perusahaan manufaktur yang terdaftar pada BEI 2016-2017, Good corporate governance dengan proksi komite audit memperkuat pengaruh ukuran perusahaan terhadap manajemen laba. Hal yang berbeda juga ditunjukkan pada hasil penelitian dengan judul Pengaruh Struktur Modal, *Leverage*, dan Pertumbuhan Penjualan terhadap Manajemen laba dimana pertumbuhan penjualan pada perusahaan tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba sedangkan struktur modal dan leverage berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba. Penelitian ini dilakukan oleh (Kushardiyanto, 2020). Di sisi lain (Khalifah, 2019) memberikan hasil bahwa ukuran perusahaan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap manajemen laba pada penelitiannya yang berjudul Pengaruh Perencanaan Pajak, Beban Pajak Tangguhan Dan Ukuran Perusahaan Terhadap Manajemen Laba Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektor Otomotif Dan Komponen Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2014-2018.

Merujuk dari penelitian-penelitian terdahulu terdapat perbedaan hasil yang diperoleh pada beberapa variabel yang sama serta belum terdapat penelitian yang menggunakan rasio Return on Sales sebagai rasio pengukuran profitabilitas. Peneliti melakukan penelitian kembali pada variabel manajemen laba dikarenakan terdapat fenomena yang terjadi pada perusahaan otomotif terkait penjualan selama pandemic serta menambahkan variabel bebas baru guna menguji kembali faktor-faktor yang dapat mempengaruhi praktik manajemen laba. Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian kembali pada perusahaan sub sektor otomotif dan komponen yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia. Maka judul dari penelitian ini adalah **“Pengaruh Usia Perusahaan, Karakteristik**

Perusahaan, *Sales Growth*, dan *Return on Sales* terhadap *Earnings Management* pada Perusahaan Sub Sektor Otomotif dan Komponen yang Terdaftar di BEI (periode 2020-2021)”.

1.2. Identifikasi Masalah

Sesuai dengan uraian latar belakang diatas, maka identifikasi masalah yang menjadi bahan dalam penelitian ini adalah:

1. Manajer selaku agent mengetahui informasi internal lebih banyak mengenai perusahaan dibandingkan dengan principal, tetapi kenyataanya informasi yang disampaikan oleh manajer terkadang tidak sesuai dengan kondisi perusahaan yang sebenarnya karena manajer.
2. Laporan keuangan merupakan hal yang sangat terpenting bagi kelangsungan hidup bagi suatu perusahaan / untuk mengetahui kondisi keuangan suatu bentuk pertanggung jawaban manajemen kepada para calon investor, maka dari itu validitas informal dalam suatu laporan keuangan sangat penting, tetapi kenyataanya pihak manajemen sering kali melakukan tindakan Manajemen Laba dalam laporan keuangan perusahaanya.
3. Praktek Manajemen Laba tidak dilarang selama itu dalam batasan yang diperbolehkan oleh prinsip-prinsip akuntansi yang diterima umum, tetapi kenyataanya dalam prakter manajer masih banyak yang menyalahgunakan aturan ini, agar mereka dapat memperoleh keuntungan yang lebih dari praktek Manajemen Laba ini.

4. Keuntungan yang berasal dari penjualan tentu akan membuat pihak intern perusahaan berusaha memaksimalkannya dalam laporan keuangan. Hal ini menjadi pemicu semakin maraknya praktik manajemen laba.
5. Belum terdapat penelitian yang menggunakan rasio pengembalian penjualan terhadap manajemen laba pada industry sub sektor otomotif.

1.3. Pembatasan Masalah

Dalam penelitian ini pembatasan masalah yang digunakan adalah pengaruh usia perusahaan, ukuran perusahaan, pertumbuhan penjualan dan rasio pengembalian penjualan terhadap manajemen laba. Data yang diperoleh dari masing-masing variabel yang digunakan adalah berasal dari laporan tahun 2019-2021 yang merupakan laporan tahunan.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana pengaruh usia perusahaan terhadap earnings management?
2. Bagaimana pengaruh ukuran perusahaan terhadap earnings management?
3. Bagaimana pengaruh sales growth tergadap earnings management?
4. Bagaimana pengaruh return on sales terhadap earnings management?
5. Bagaimana pengaruh usia perusahaan, ukuran perusahaan, sales growth, dan return on sales terhadap earnings management?

1.5. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang diajukan, maka tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Bertujuan untuk membuktikan pengaruh usia perusahaan terhadap *earnings management*.
2. Bertujuan untuk membuktikan pengaruh ukuran perusahaan terhadap *earnings management*.
3. Bertujuan untuk membuktikan pengaruh *sales growth* terhadap *earnings management*.
4. Bertujuan untuk membuktikan pengaruh *return on sales* terhadap *earnings management*.
5. Bertujuan untuk membuktikan pengaruh usia perusahaan, ukuran perusahaan, *sales growth*, dan *return on sales* terhadap *earnings management*.

1.6. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari dilakukannya penelitian ini adalah

1. Manfaat teoritis

Penelitian ini bertujuan untuk menunjukkan hasil uji yang dilakukan pada usia perusahaan, ukuran perusahaan, *sales growth* dan *return on sales* terhadap manajemen laba sehingga dapat digunakan sebagai referensi untuk peneliti selanjutnya dengan topic yang sejenis. Hasil penelitian ini juga dapat digunakan sebagai sumber referensi penelitian sejenis.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Penulis

Hasil yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan dapat memberi dan menambah wawasan pengetahuan serta pemahaman lebih

mengenai pengaruh karakteristik perusahaan, pertumbuhan penjualan dan pengembalian penjualan.

b. Bagi Universitas Pendidikan Ganesha

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat ilmu pengetahuan tentang akuntansi khususnya manajemen laba. Penelitian ini juga diharapkan dapat memacu penelitian-penelitian selanjutnya yang membahas lebih dalam mengenai kajian terkait terutama di lingkungan Universitas Pendidikan Ganesha.

c. Bagi *Stakeholder*

Para *Stakeholder* dapat menggunakan penelitian ini sebagai bahan acuan dalam pengambilan kebijakan serta keputusan manajemen laba dalam perusahaan. Tentunya penelitian ini juga dapat mempermudah *stakeholder* untuk membandingkan satu perusahaan dengan perusahaan lainnya melalui kandungan informasi yang terdapat dalam penelitian ini.

d. Bagi Pemerintah

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai acuan dalam pengambilan sebuah kebijakan. Dengan demikian hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai pertimbangan mengenai peraturan yang mewajibkan sebuah perusahaan atau industri dalam praktik manajemen laba.